



No. 2022-113
품목 과일음료(Fruit drink)
HS CODE 2009.90-1090
국가 홍콩(Hong Kong)



C.O.N.T.E.N.T.S

I

경쟁제품

3

1. 홍콩 과일음료 경쟁제품 선정
2. 홍콩 과일음료 조사지표 선정
3. 홍콩 과일음료 현지조사 결과

II

경쟁사

24

1. 홍콩 과일음료 경쟁기업 선정

III

경쟁력 파악

30

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

시사점

36

1. 수출 확대 전략
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01 홍콩 과일음료 경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 배 음료로, 기침과 가래, 천식, 폐렴 등 기관지 건강에 좋은 루테올린이 풍부한 국내산 배와 도라지를 갈아 만든 음료임

(원료) 국내산 배와 도라지를 사용함

(맛) 신선하고 맛이 뛰어나

(용량 및 가격) 용량은 100ml, 희망 소비자가격은 1,500원임

(패키징) 음료의 원료인 배 색상과 유사한 컬러를 채택하였으며, 배 그림 안에 건강배즙 텍스트를 넣어 배로 만든 음료임을 강조함. 또한, 함께 들어있는 원료인 도라지꽃을 패키지에 넣어 음료의 원료를 나타냄. 포장 형태는 뚜껑으로 여닫는 파우치 형태임

(기능성) 기침, 가래, 천식, 폐렴 등 기관지 건강에 효과가 있음

제품명	건강 배즙		
이미지			
제품 유형	배 음료	희망 소비자가격	1,500원/100ml
용량	100ml	포장 형태 및 재질	파우치 형태
주요 성분	배, 도라지	특징	<ul style="list-style-type: none"> · 국내산 배, 도라지 100% · 기침, 가래, 천식, 폐렴 등 기관지 건강에 좋음

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

홍콩 과일 농축액 음료 시장은 2021년 기준 상위 3개 업체인 Kagome Co Ltd, Kikkoman Corp, Sunraysia Natural Beverage가 40.3%의 점유율을 차지하고 있음

- 시장 점유율 1위 업체인 Kagome Co Ltd는 17.7%를 기록하였고, 산하 브랜드로는 Kagome가 있음
- Kikkoman Corp은 12.0%의 시장 점유율로 2위를 차지하였으며, 대표적인 산하 브랜드로는 Del Monte가 있음
- Sunraysia Natural Beverage는 시장 점유율 10.6%를 차지하여 3위를 기록했으며, 산하 브랜드로는 Sunraysia가 있음
- 그 외, 업체별 시장 점유율은 National Grape Co-operative Association Inc.(7.8%), Campbell Soup Co.(7.6%), Tree Top Inc.(6.6%), TWS Marketing Group Inc.(6.5%) 순으로 높게 나타남

브랜드별 시장 점유율의 경우, Kagome Co Ltd의 Kagome가 2021년 시장 점유율 17.7%로 1위를 차지했으며, 그 외, Kikkoman Corp의 Del Monte(12.0%), Sunraysia Natural Beverage의 Sunraysia(10.6%), National Grape Co-operative Association의 Welch's(7.8%), Tree Top Inc.의 Tree Top(6.6%) 등 순임

따라서, 홍콩 과일 농축액 음료 시장에서 54.6%의 점유율을 차지하는 상위 5개 브랜드의 제품을 경쟁제품으로 선정하고 중점적으로 조사함



표 1

홍콩 과일 농축액 음료 시장 업체별 시장 점유율 추이(2017-2021년)

(단위: %)

업체명	2017	2018	2019	2020	2021
1 Kagome Co Ltd	14.1	14.9	16.1	17.2	17.7
2 Kikkoman Corp	11.9	12.0	11.9	12.1	12.0
3 Sunraysia Natural Beverage Co Pty Ltd	9.9	10.0	10.3	10.7	10.6
상위 3개사 총합	35.9	36.9	38.3	40.0	40.3
4 National Grape Co-operative Association Inc	7.5	7.6	7.8	7.8	7.8
5 Campbell Soup Co	7.2	7.2	7.3	7.3	7.6
상위 5개사 총합	50.6	51.7	53.4	55.1	55.7
기타 업체 총합	49.4	48.3	46.6	44.9	44.3
총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International



그림 2

주요 경쟁사 브랜드 로고



자료: 각 업체 홈페이지

주요 경쟁제품 선정 기준

지원 기업 품목의 특징을 고려해 동일한 성분이 함유된 경쟁제품이 홍콩 현지에서 판매되고 있는지를 확인하였고, 아래 순서에 따라 경쟁제품을 선정함

- ① 1순위 과일 농축액 음료: 레토르트 파우치로 판매 중인 과일 농축액 음료
- ② 2순위 배가 함유된 음료: 배즙이 시중에 판매되지 않는 경우 배가 함유된 음료를 조사
- ③ 3순위 일반 과일음료: 배가 함유된 음료가 시중에 판매되지 않는 경우 과일 음료를 조사



표 3

과일 농축액 음료 제품 예시

제품명	K법인 배도라지즙	K법인 당근사과즙
이미지		
설명	<ul style="list-style-type: none"> - 국산 배(97%)와 도라지(3%)를 NFC 방식으로 압착한 생과 100%의 배도라지즙 - 한 포씩 하루 2~3회 섭취 	<ul style="list-style-type: none"> - 100% 생과를 사용하여 NFC 방식으로 압착한 당근사과즙으로, 당근의 향긋함과 사과의 달콤함이 어우러짐 - 칼로리가 낮고 비타민A, C가 풍부해 피부 미용에 좋음

조사 지역 개요

홍콩은 중국인민공화국의 특별행정구로서, 홍콩의 헌법인 기본법에서 정한 '일국 양제'의 원칙에 따라 행정, 입법, 사법 제도에 걸쳐 높은 수준의 자치권을 유지하고 있음. 홍콩은 이러한 제도를 기초로 관습법에 기반한 법률 제도, 시장경제, 자본주의 생활 양식을 유지함. 또한, 홍콩은 국제 도시로서 중국의 전통, 영국 통치가 남긴 유산, 첨단 기술, 광둥 지방의 멋을 간직하고 있음. 세계에서 8번째로 큰 무역 국가이며, 중국 및 아시아태평양 국가들과의 긴밀한 관계를 바탕으로 서비스 분야 또한 주요 산업으로 자리매김함

주요 유통채널 현황

홍콩의 주스류 음료의 소매 유통채널은 크게 오프라인과 전자상거래로 분류할 수 있으며, 오프라인 유통채널은 식료품 소매업체와 비식료품 소매업체로 나뉨. 대표적인 식료품 소매업체로는 편의점과 슈퍼마켓이 있음

Euromonitor에 따르면, 홍콩의 주스류 음료 소매 판매량 기준 2021년 시장 점유율은 슈퍼마켓이 74.3%를 기록하여 가장 큰 비중을 차지함

그 외, 시장 점유율은 편의점(17.9%), 소규모 지역 식료품점(4.0%), 비식료품점(2.5%), 전자상거래(1.0%) 순임

주스류 음료 유통채널별 시장 점유율을 고려하여 슈퍼마켓을 중점 조사 매장으로 선정함



표 4

홍콩 주스류 음료 주요 유통채널별 점유율

채널 분류	시장 점유율(%)	주요 매장
슈퍼마켓	74.3	APiTA Supermarket, Wellcome, YATA, 신세계마트, U select Mini, 리우상(樓上), 파크앤샵(ParknShop), 이온(Aeon), 고멧(Gourmet), 퓨전(Fusion) 등
편의점	17.9	세븐일레븐(Seven-Eleven), 씨클케이(Circle K) 등
소규모 지역 식료품점	4.0	-
비식료품점	2.5	잡화점, 건강 및 미용 제품 전문점 등
전자상거래	1.0	에이치케이티비몰(HKTV Mall), 징동(Jingdong) 등

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- ① 레토르트 파우치로 판매 중인 과일 농축액 음료
- ② 배가 함유된 로컬, 수입산 음료 및 과일 음료

온라인 경쟁제품 선정 기준

오프라인에서 판매 중인 경쟁제품의 온라인 판매 현황 조사
가장 이용률이 높은 HKTV Mall에서 조사



표 5

홍콩 주스류 경쟁제품 조사 유통매장

경쟁제품	매장 입점 여부		제품 종류 ¹⁾	
	오프라인	온라인 (HKTV Mall)	현지산	수입산
1 Organic Cloudy Pear Nectar	○	○		○
2 설리차(雪梨茶)	○	○	○	
3 NESTEA Honey Pear Tea	○	○		○
4 POKKA SAP TSUBU PEAR DRINK	○	X		○
5 K법인 배도라지즙	○	X		○
6 K법인 당근사과즙	○	X		○
7 100% Pink Guava & Grape Juice	○	○		○
8 MANZANA 100% Pressed apple juice	○	○		○
9 Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink	○	○		○
10 Vita Lemon Tea Drink	○	○	○	

1) 경쟁사의 소재지가 아닌 해당 제품 생산지를 기준으로 판단

02 홍콩 과일음료 조사지표 선정

홍콩 과일음료 조사지표 선정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 6

홍콩 과일음료 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격 100ml	매장에서 판매되고 있는 제품 가격 제품의 100ml당 가격
중량	ml	제품의 중량
제품 분류	과일 음료, 과일차 음료, 과채 주스	
제품 종류	현지산 제품 수입산 제품	홍콩 현지산 제품 글로벌 브랜드 제품
포장 형태	레토르트 파우치, 캔, 종이팩, 페트병 등	
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
유통기한	제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간	
인증	HACCP, 환경 관련 인증 등	

03 홍콩 과일음료 현지 조사 결과

홍콩에 위치한 대형 슈퍼마켓

홍콩에 위치한 슈퍼마켓 체인 중 매장 수가 많고 다양한 제품을 취급하는 유통 업체를 중심으로 조사했으며, 홍콩에 소재한 대형 슈퍼마켓 11개 매장을 유통채널로 선정함. 이 중 조사 대상 품목이 있는 매장은 APiTA Supermarket, Wellcome, YATA, 신세계마트, U select Mini 등 5개 매장으로 나타남

 표 7 홍콩 방문 매장 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
APiTA Supermarket	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	1	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩섬 주요 거주 구역 중 하나인 Taikoo의 City Plaza물에 입점한 초대형 슈퍼마켓 - 체인 형태는 아니지만, 기타 마트 대비 크기가 크고 제품의 종류가 다양함
Wellcome		4	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩 최대 슈퍼마켓 체인 브랜드로, 도심 곳곳에 있어 접근성이 우수함 - 다양한 상품과 비교적 저렴한 가격의 제품들을 제공함
YATA		1	<ul style="list-style-type: none"> - 일본형 라이프 스타일을 표방하는 슈퍼마켓 체인 브랜드로, 최근 성장세를 보이고 있음 - 깔끔한 인테리어와 다양한 상품을 제공하며, 수입 제품의 수가 많은 편임
신세계마트		2	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩에서 가장 규모가 큰 한인 마트 - 온라인 매장을 운영하여 한국 제품에 대한 소비자의 접근성을 높임
U select Mini		2	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩의 슈퍼마켓 체인 - 해외 수입 제품이 많음

경쟁제품 10개 중 4개 제품이 Wellcome에서 판매 중

배즙과 동일한 형태의 제품은 방문 매장 중 신세계마트에서 판매되는 한국산 제품이 유일함. 따라서, 매장별로 과일 농축액 음료, 배가 함유된 과일 음료 제품을 조사함

Wellcome에서 경쟁제품 10개 중 4개 제품이 판매되고 있어, 가장 많은 과일 음료 제품을 취급하고 있는 것으로 조사됨. 그 외, APiTA Supermarket과 YATA에는 각각 1개, 신세계마트와 U select Mini에는 각각 2개 제품이 판매되고 있음



표 8

오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	APiTA Supermarket	Wellcome	YATA	신세계마트	U select Mini
1 Organic Cloudy Pear Nectar	○				
2 설리차(雪梨茶)		○			
3 NESTEA Honey Pear Tea		○			
4 POKKA SAP TSUBU PEAR DRINK			○		
5 K법인 배도라지즙				○	
6 K법인 당근사과즙				○	
7 100% Pink Guava & Grape Juice		○			
8 MANZANA 100% Pressed apple juice		○			
9 Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink					○
10 Vita Lemon Team Drink					○

오프라인 경쟁제품 판매 현황





경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Organic Cloudy Pear Nectar(60%)	설리차(雪梨茶)
제조사	IMS Hollinger GmbH	Hung Fook Tong
생산지	오스트리아	홍콩
제품 분류	과일음료	과일차 음료
가격	15홍콩 달러 ²⁾ (약 2,440원)	6홍콩 달러(약 980원)
용량	200ml	500ml
포장 형태	종이팩	페트병
주요 성분	배 주스(60%), 정제수	정제수, 프럭토스 시럽, 농축 배 주스, 건조 배, 설탕 등
유통기한	2023.09.24	2023.10.06
인증	-	-
방문 매장	APiTA Supermarket	Wellcome

2) 2023.01.05. 하나은행 매매기준율 1홍콩 달러=약 163원

경쟁제품 정보	제품3	제품4
<p>제품 사진</p>		
		
제품명	NESTEA Honey Pear Tea	POKKA SAP TSUBU PEAR DRINK
제조사	NESTEA(Nestle)	POKKA SAPORO
생산지	중국	일본
제품 분류	과일음료	과일음료
가격	16홍콩 달러(약 2,600원) 2묶음 24홍콩 달러(약 3,900원)	18.5홍콩 달러(약 3,000원)
용량	250ml	400g
포장 형태	종이팩	캔
주요 성분	설탕, 물, 배 주스, 꿀, 차 추출물 등	물, 설탕, 일본 배 주스, 배 큐브, 산도 조절제, 감미료
유통기한	2023.06.25	2023.02.24
인증	-	-
방문 매장	Wellcome	YATA

경쟁제품 정보	제품5	제품6
<p>제품 사진</p>	 	 
<p>제품명</p>	<p>배도라지즙</p>	<p>당근사과즙</p>
<p>제조사</p>	<p>K법인</p>	<p>K법인</p>
<p>생산지</p>	<p>한국</p>	<p>한국</p>
<p>제품 분류</p>	<p>과채주스</p>	<p>과채주스</p>
<p>가격</p>	<p>18홍콩 달러(약 2,920원)/6팩</p>	<p>18홍콩 달러(약 2,920원)</p>
<p>용량</p>	<p>100ml</p>	<p>100ml</p>
<p>포장 형태</p>	<p>레토르트 파우치</p>	<p>레토르트 파우치</p>
<p>주요 성분</p>	<p>배, 도라지</p>	<p>사과, 당근</p>
<p>유통기한</p>	<p>2023.09.01</p>	<p>2023.09.01</p>
<p>인증</p>	<p>HACCP</p>	<p>HACCP</p>
<p>방문 매장</p>	<p>신세계마트</p>	<p>신세계마트</p>

경쟁제품 정보	제품7	제품8
<p>제품 사진</p>		
		
제품명	100% Pink Guava & Grape Juice	MANZANA 100% Pressed apple juice
제조사	Mr. Juicy	Don SIMON
생산지	태국	스페인
제품 분류	과일음료	과일음료
가격	22홍콩 달러(약 3,580원)	34홍콩 달러(약 5,530원) 2팩 46홍콩 달러(약 7,480원)
용량	1L	1L
포장 형태	종이팩	종이팩
주요 성분	포도주스(포도주스 농축액), 핑크 구아바 주스	순수 사과주스
유통기한	2023.03.31	2023.02.21
인증	-	100% recyclable, 61% plant packaging
방문 매장	Wellcome	Wellcome

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
		
제품명	Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink	Vita Lemon Tea Drink
제조사	Mr. Juicy	Vitasoy
생산지	중국	홍콩
제품 분류	과일음료	과일음료
가격	42홍콩 달러(약 6,830원)	29홍콩 달러(약 4,720원)/6팩
용량	1.1L	250ml
포장 형태	페트병	종이팩
주요 성분	물, 구아바 농축액, 설탕, 농축 사과주스, 감미료, 비타민 등	물, 설탕, 차, 레몬 감미료, 비타민C 등
유통기한	2023.03.02	2023.02.13
인증	-	Tetra Pak
방문 매장	U Select Mini	U Select Mini

온라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Organic Cloudy Pear Nectar(60%)	설리차(雪梨茶)
브랜드	Ims Hollinger Gmbh	Hung Fook Tong
가격	51홍콩 달러(약 8,300원)	125홍콩 달러(약 2만 340원)
용량	3팩*200ml	24개*500ml
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	NESTEA Honey Pear Tea	100% Pink Guava & Grape Juice
브랜드	NESTEA(Nestle)	Mr. Juicy
가격	84홍콩 달러(약 1만 3,670원)	265홍콩 달러(약 4만 3,120원)
용량	24개*200ml	12개*1L

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	MANZANA 100% Pressed apple juice	Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink
브랜드	Don SIMON	Mr. Juicy
가격	29.5홍콩 달러(약 4,800원)	44홍콩 달러(약 7,160원)
용량	2팩*1L	2개*1.1L
경쟁제품 정보	제품7	
제품 사진		
제품명	Vita Lemon Tea Drink	
브랜드	Vitasoy	
가격	69홍콩 달러(약 1만 1,230원)	
용량	24개*250ml	

주요 유통채널 정보

브랜드
기본 정보



- 1945년에 설립된 홍콩에서 가장 오래된 홍콩 최대의 슈퍼마켓 체인 브랜드
- 약 8,700명의 직원이 있으며 홍콩 내 280개의 매장을 운영 중
- 상품 종류가 다양하며, 비교적 저렴한 가격의 제품들을 판매하고 있음
- 2013년 온라인 쇼핑 플랫폼 '웰컴딜리버'를 업그레이드하여 온라인 쇼핑 편의성을 높임
- Yu Pin King, Meadows 등 자체 브랜드를 운영함

조사 제품 수: 4개

매장 정보
및
타깃 제품
판매 현황



- 매장명: Wellcome Healthy Village점
- 매장 주소: Shop B, Healthy Village I Development, 188 Tsat Tsz Mui Road, North Point, HK
- 경쟁제품 판매 현황: 총 4개의 과일 음료 판매 중
 - 1) 설리차(雪梨茶): 6홍콩 달러
 - 2) NESTEA Honey Pear Tea: 16홍콩 달러(2묶음 24홍콩 달러)
 - 3) 100% Pink Guava & Grape Juice: 22홍콩 달러
 - 4) MANZANA 100% Pressed apple juice: 34홍콩 달러(2개 46홍콩 달러)

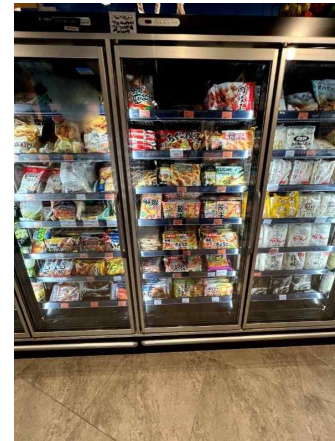
브랜드
기본 정보



- 1990년 Shatin에 설립되었으며, 2008년 YATA 백화점으로 이름을 변경함
- ‘현대 일본 라이프스타일 백화점에서 고품질 쇼핑’이라는 콘셉트를 채택하며 일본형 라이프 스타일을 표방함
- YATA North Point 매장은 홍콩 Harbour North에 위치하고 있으며, ‘Kihachiro’, ‘Tenkatori’ 등 5개의 푸드코트를 운영함
- 기존의 홍콩 Wellcome이나 ParknShop 대비 깔끔한 인테리어가 특징이며 다양한 상품을 제공함

조사 제품 수: 1개

매장 정보
및
타겟 제품
판매 현황



- 매장명: YATA North Point점
- 매장 주소: B1, Harbour North Phase 2, 123 Java Road, North Point
- 경쟁제품 제품 판매 현황: 총 1개의 과일 음료 판매 중
1) POKKA SAP TSUBU PEAR DRINK: 18.5홍콩 달러

브랜드
기본 정보



- 1985년 12월 설립된 Unicorn Stores(구 UNY(HK) CO.,LTD.)의 슈퍼마켓 브랜드로, 홍콩섬 주요 거주 구역 중 하나인 Tai Koo의 City Plaza몰에 입점한 초대형 슈퍼마켓임
- APITA는 apice(개척자)와 tasca(주머니)의 합성어로 '개척자의 주머니'라는 의미. 가장 최신의 정보로 가득 찬 주머니와 같은 매장을 만들겠다는 의미로, 최고의 생활 아이디어를 제공하는 것을 목표로 함
- 체인점 형태는 아니지만 다른 슈퍼마켓 체인에 비해 규모는 월등히 크고 판매하는 제품 종류가 다양함

조사 제품 수: 1개

매장 정보
및
타겟 제품
판매 현황



- 매장명: APITA(TAI KOO)
- 매장 주소: GF & BF, Cityplaza2, 18 Taikoo Shing Rd., Quarry Bay, Hong Kong
- 경쟁제품 제품 판매 현황: 총 1개의 과일 음료 판매 중
1) Organic Cloudy Pear Nectar(60%): 15홍콩 달러

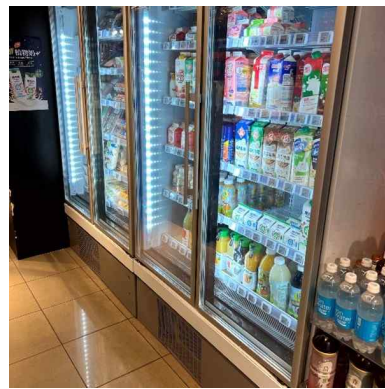
브랜드
기본 정보

U購
select

- Tesco와 파트너십을 맺은 China Resources Vanguard가 운영하는 홍콩의 슈퍼마켓 체인 브랜드로, 2015년 설립된 이후 2021년 기준 홍콩에 67개 점포를 운영 중임
- U Select mini는 편의점을 개조한 매장으로, 홍콩섬에 두 개의 Select mini 매장이 있음
- 기타 대형 슈퍼마켓 체인에 비해 매장 수는 부족하지만, 매장에서 판매되는 제품의 1/3 이상이 해외 슈퍼마켓 체인 제품으로 수입 제품이 많음

조사 제품 수: 2개

매장 정보
및
타겟 제품
판매 현황



- 매장명: U Select mini
- 매장 주소: 32 Fortress Hill Rd, North Point
- 경쟁제품 판매 현황: 총 2개의 과일 음료 판매 중
 - 1) Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink: 42홍콩 달러
 - 2) Vita Lemon Tea Drink: 29홍콩 달러(6팩)

브랜드
기본 정보



- 1995년 설립된 홍콩에서 가장 큰 규모의 한인 마트
- 홍콩 내 5개 매장(Tsim Sha Tsui, North Point, Tuen Mun, Mong Kok, Tseung Kwan O)을 운영함
- TST, HK ISLAND에 위치한 한식 매장 2곳, 프리미엄 정육점 1곳, 한식당 3곳, 한식 반찬 전문점 1곳 등 온·오프라인 한식 매장을 운영함

조사 제품 수: 2개



매장 정보
및
타깃 제품
판매 현황



- 매장명: NP Shop(New World Mart, Chef&Taste, Banchan, O'Taste)
- 매장 주소: Shop G32,33, Phase 2, Harbour North, No.123 Java Road, North Point
- 경쟁제품 제품 판매 현황: 총 2개의 과일 음료 판매 중
 - 1) K법인 배도라지즙: 18홍콩 달러(6팩)
 - 2) K법인 당근사과즙: 18홍콩 달러(6팩)

II

경쟁사



01 홍콩 과일음료 경쟁기업 선정

경쟁사 선정 기준

지원 기업의 제품은 배즙으로 기침과 가래, 천식, 폐렴 등 기관지 건강에 좋은 국내산 배와 도라지를 갈아 만든 과일음료임. 경쟁제품 10개 품목 중 배와 도라지로 만든 K법인의 배도라지즙 제품이 있었으나, HKTV Mall이나 기타 오프라인 매장에는 입점하지 않고 한인 마트에서만 판매되고 있어 현지인들의 접근성이 비교적 낮아 배 음료 브랜드 중 경쟁사를 선정함

배 주스가 함유된 과일 음료인 Organic Cloudy Pear Nectar(60%)와 설리차(雪梨茶), NESTEA Honey Pear Tea를 주요 경쟁제품으로 선정함

따라서, 경쟁제품 3개 품목의 경쟁사인 Ims Hollinger Gmbh와 Hung Fook Tong, NESTEA(Nestle)를 경쟁사로 선정함



표 9

경쟁제품 조사 결과

경쟁제품 현황	제조사	판매 중인 유통채널	제품 분류	주요 성분
1 Organic Cloudy Pear Nectar(60%)	Ims Hollinger Gmbh	APiTA / HKTV Mall	과일음료	배 주스(60%), 정제수
2 설리차(雪梨茶)	Hung Fook Tong	Wellcome / HKTV Mall	과일차 음료	정제수, 프럭토스 시럽, 농축 배 주스, 건조 배, 설탕 등
3 NESTEA Honey Pear Tea	NESTEA (Nestle)	Wellcome / HKTV Mall	과일음료	설탕, 물, 배 주스, 꿀, 차 추출물 등

1) Ims Hollinger Gmbh

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> - 1998년 유기농 과일 주스와 소비자 친화적인 포장의 Styrian 사과 주스를 출시하며 유명해짐 - 전 세계 40개국 이상에서 Hollinger 과일 주스를 판매함 - 단순성, 자연성, 유연성을 기본 가치로 하여 제품을 생산함 - 유기농 시럽, 유기농 과일 주스, 유기농 청량음료, 유기농 어린이용 스파클링 와인, 스티리안 사과 주스 등의 대표 제품이 있음
	업체명	IMS Höllinger GmbH	
	매출액	-	
	직원 수	-	
	홈페이지	https://www.hoellinger-juice.at/	
	연락처	+43-22-33-570-88	
	주소	Johann Winter-Gasse 29 3021 Pressbaum Österreich	
제품 현황			
	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농 과일 주스 60%와 정제수 40%로만 만들어지는 Bio 시리즈는 사과, 사과-체리, 적포도, 배, 멀티 선라이즈, 오렌지 맛 등이 있음 		
유통 현황			
	오프라인	APiTA Supermarket	
온라인	HKTV Mall		

2) Hung Fook Tong

경쟁사 기본 정보		
	<p>- 1986년 설립되어 2014년 상장한 허브 및 비(非)허브 제품의 생산, 판매 업체로 현대적인 건강 개념을 홍보하는 케이터링 기업임</p> <p>- 허브 음료, 비(非) 허브 음료, 수프, 젤리 및 기타 식품 등의 제품을 판매함</p> <p>- 홍콩과 중국 본토에 자체 생산 공장을 보유하고 있으며, 홍콩에 약 110개의 자체 소매 매장을 운영함</p>	
제품 현황	업체명	Hung Fook Tong Group Holdings Limited
	매출액	-
	직원 수	-
	홈페이지	hungfooktongholdings.com
	연락처	+851-3651-2248
	주소	11, Tai King Street, Tai Po Industrial Estate, Hong Kong
제품 현황	 <p>- 영양 시리즈 병 음료 제품으로 설리차, 비파꿀차, 사탕수수 주스, 백향과꿀 주스, 대나무 코코넛 주스, 배 코코넛 차 등이 있음</p>	
	 <p>- 갈증 해소를 위한 병 음료 제품으로 감귤 주스, 라임 주스, 시트러스 레모네이드, 레몬 꿀차 등이 있음</p>	
유통 현황	오프라인	Wellcome
	온라인	HKTv Mall

3) NESTEA(Nestle)

경쟁사 기본 정보		<ul style="list-style-type: none"> - 1866년 설립되어 식품, 음료 및 건강 솔루션을 제공하는 생활 기업으로, NESTEA, Maggi, Nespresso, Milo, Nescafe 등 2,000개 이상의 브랜드를 보유하고 있으며 전 세계 187개국에 진출해 있음 - NESTEA는 1948년 출시된 인스턴트 차 브랜드로, 차 분말 판매로 시작하여, 1968년에는 캔에 담아 바로 마실 수 있는 음료로 판매 범위를 넓힘 - 홍차, 녹차, 또는 기타 차 종류에 과일 향이 더해져 상쾌한 맛이 특징이며 갈증을 해소해줌
		
	업체명	Nestle
	매출액	-
	직원 수	약 27만 명
	홈페이지	nestle.com.hk
	연락처	+41-21-924-1111 +852-28-58-64-27
주소	Nestlé S.A., avenue Nestlé 55, 1800 Vevey, Switzerland. 7F Manhattan Place Wang Tai Road 23 Kowloon East	
제품 현황		
	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩에서 판매되는 NESTEA 제품으로 레몬티, 유자향 우롱차, 꿀배차, ICE RUSH 레몬티, 로얄 밀크티, ICE RUSH 애플티 등이 있음 	
유통 현황	오프라인	Wellcome
	온라인	HKTV Mall

III

경쟁력 파악



01 가격 경쟁력 분석

지원 기업의 제품이 경쟁제품보다 가격대가 높음

경쟁제품 10개 품목의 100ml당 평균 가격은 3.7홍콩 달러(약 600원)로, 지원 기업 배즙의 한국 판매 가격 1,500원(약 9.2홍콩달러)보다 대체로 저렴하게 판매되고 있음

경쟁제품 중 100ml당 가격이 가장 높은 제품은 Ims Hollinger GmbH의 Organic Cloudy Pear Nectar 제품으로, 7.5홍콩 달러(약 1,220원)로 평균 대비 약 103% 높은 수준으로 확인됨

그 외, NESTEA의 NESTEA Honey Pear Tea 제품이 6.4홍콩 달러(약 1,040원), POKKA SAPORO의 POKKA SAP TSUBU PEAR DRINK 제품이 4.6홍콩 달러(약 750원)로 100ml당 평균 가격보다 높게 판매되고 있는 것으로 확인됨

반면, Hung Fook Tong의 설리차(雪梨茶) 제품이 1.2홍콩 달러(약 200원), K법인의 배도라지즙과 당근사과즙이 각각 3홍콩 달러(약 490원), Mr. Juicy의 100% Pink Guava & Grape Juice 제품이 2.2홍콩 달러(약 360원), Don Simon의 MANZANA 100% Pressed apple juice 제품이 3.4홍콩 달러(약 550원), Vitasoy의 Vita Lemon Tea Drink가 1.9홍콩 달러(약 320원)로 평균 가격보다 저렴하게 판매되고 있음

Mr. Juicy의 Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink는 3.8홍콩 달러(약 620원)로 평균 가격과 비슷한 수준으로 판매되고 있음

홍콩의 온라인몰인 HKTV Mall에서 판매 중인 7개 품목의 100ml당 평균 가격은 2.6홍콩 달러(약 420원)로, 오프라인(3.7홍콩 달러, 약 600원) 대비 약 30% 낮은 것으로 조사됨

또한, 100ml당 평균 가격 순위가 오프라인과 다소 다르게 나타남. Organic Cloudy Pear Nectar 제품은 100ml당 평균 가격 8.5홍콩 달러(약 1,390원)로 오프라인보다 더 높은 평균 가격으로 1위를 차지함. 그 외 다른 제품들은 모두 온라인 평균 가격 대비 낮거나 동일한 가격대에 판매 중이며, 특히 설리차(雪梨茶)는 100ml당 평균 가격 1홍콩 달러(약 160원)로 가장 낮은 가격대에 판매 중인 것으로 나타남

한편, 동일한 제품의 온라인 및 오프라인 가격 차이를 비교한 결과, NESTEA의 NESTEA Honey Pear Tea 제품이 온라인상에서 약 73% 더 저렴하게 판매되어 가장 큰 가격 차이를 보이는 것으로 조사됨

그 외, Don SIMON의 MANZANA 100% Pressed apple juice 57%, Mr. Juicy의 Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink 48%, Vitasoy의 Vita Lemon Tea Drink 41% 등 순으로 가격 차이를 보임



표 10

경쟁제품 100ml당 온·오프라인 가격 비교

(단위: 원)

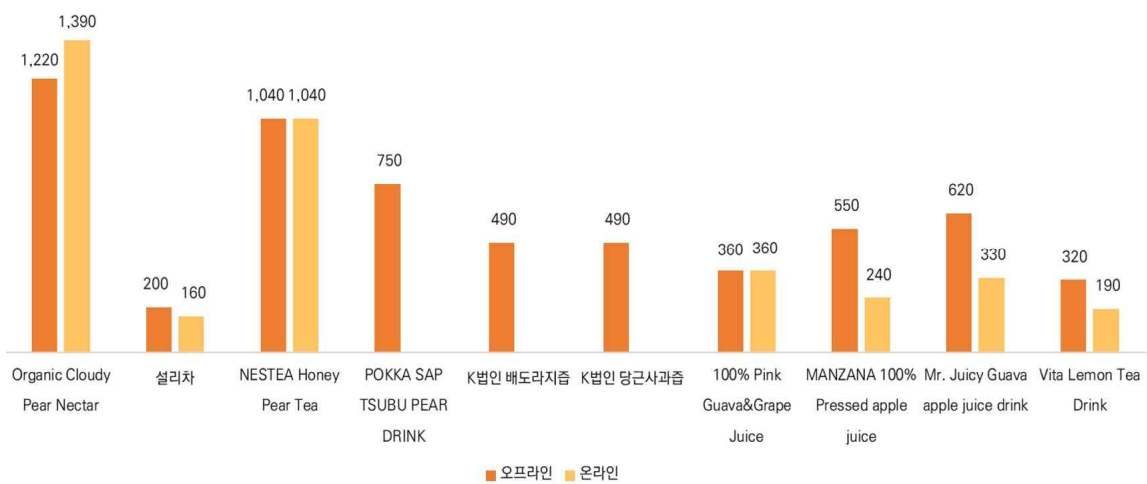


표 11

경쟁제품 100ml당 평균 가격 및 순위

(단위: 홍콩 달러)

제품명	오프라인		온라인	
	100ml 당 가격	순위	100ml 당 가격 ³⁾	순위
임실따담 건강배즙	9.2	-	9.2	-
Organic Cloudy Pear Nectar	7.5	1	8.5	1
설리차(雪梨茶)	1.2	10	1.0	7
NESTEA Honey Pear Tea	6.4	2	1.8	4
POKKA SAP TSUBU PEAR DRINK	4.6	3	-	-
K법인 배도라지즙	3	6	-	-
K법인 당근사과즙	3	6	-	-
100% Pink Guava & Grape Juice	2.2	8	2.2	2
MANZANA 100% Pressed apple juice	3.4	5	1.5	5
Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink	3.8	4	2.0	3
Vita Lemon Tea Drink	1.9	9	1.2	6

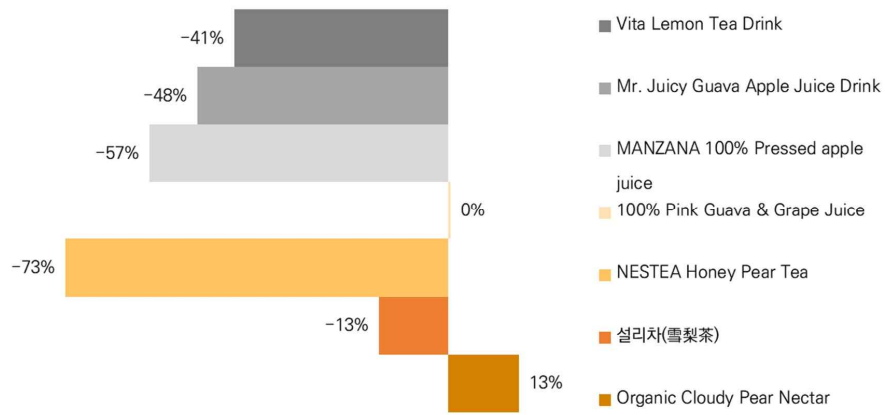
3) 임실따담 건강배즙의 온라인 판매 가격이 오프라인과 동일하다는 가정



그림 12

경쟁제품의 오프라인 대비 온라인 가격(비율)

(단위: %)



02 벤치마킹 제품 분석

주원료로 과일, 과일 농축액, 과일 감미료 등을 사용

주요 경쟁제품 중 구아바 농축액, 포도 농축액, 사과 농축액 등이 함유된 제품이 10개 품목 중 5개이고, 4개는 순수 과일 주스이거나 순수 과일 주스와 정제수만으로 이뤄진 제품이며, 1개 품목에는 과일 향 감미료가 함유된 것으로 확인됨



표 13


경쟁제품 주원료

	제품명	과일 농축액	순수 과일 주스	순수 과일 주스와 정제수	과일 향 감미료
1	Organic Cloudy Pear Nectar			○	
2	설리차(雪梨茶)	○			
3	NESTEA Honey Pear Tea	○			
4	POKKA SAP TSUBU PEAR DRINK	○			
5	K법인 배도라지즙		○		
6	K법인 당근사과즙		○		
7	100% Pink Guava & Grape Juice	○			
8	MANZANA 100% Pressed apple juice		○		
9	Mr. Juicy Guava Apple Juice Drink	○			
10	Vita Lemon Team Drink				○

패키징

경쟁제품의 경우 대부분 페트병이나 뚜껑이 달린 캔, 혹은 빨대가 붙어 나온 종이팩이나 테트라팩으로 포장되어 섭취와 보관이 간편하게 되어 있음


제품에 들어간 원료 이미지가 전면에 그려져 있으며, 들어간 원료 종류에 따라 패키징 색상이 달라 색상만으로도 제품의 주원료를 대략 확인할 수 있으며 소비자들의 이목을 끌 수 있음. 특히, 순수 과즙 함유량이 높은 제품일수록 캐릭터나 일러스트가 아닌 원재료 이미지를 삽입하고 순수 주스 함유량을 강조하여 표시해 긍정적인 이미지를 형성하는 것으로 분석됨

 그림 14 과채 이미지를 활용한 패키징



각종 인증을 통한 제품 신뢰도 구축

유기농 제품, 친환경 인증 등 각종 인증을 소비자들이 바로 확인할 수 있도록 패키징 전면에 강조하거나 관련 마크를 소비자들이 확인하기 쉬운 위치에 배치하여 제품 신뢰도를 높이고 소비자들의 구매를 유인하는 특징점을 강조하는 것으로 분석됨

 그림 15 유기농 제품 및 친환경 인증 강조 패키징



IV

시사점



01 수출 확대 방안

가격 경쟁력

지원 기업 제품의 국내 판매 가격은 1,500원/100ml로, 이는 조사 대상국 경쟁제품 10개 품목의 오프라인 기준 100ml당 평균 가격인 3.7홍콩 달러(약 600원)보다 약 149% 높은 가격대이며, 경쟁제품 중 가장 가격대가 높은 제품보다도 1.7홍콩 달러(약 280원) 높음

홍콩의 경쟁제품 품목의 온라인 기준 100ml당 평균 가격은 2.6홍콩 달러(약 420원)로, 지원 기업 제품과의 가격 차이가 오프라인보다 더 큼

따라서, 높은 가격대를 뒷받침할 수 있도록 프리미엄 제품으로 마케팅을 하거나 가격대를 평균치로 책정하여 가격 경쟁력을 확보할 필요가 있음

벤치마킹

경쟁제품은 유기농, 친환경, 순수 과즙 함유량 등의 특징점을 전면에 내세워 홍보하고 있음. 지원 기업의 제품 역시 순수 배, 도라지 100% 제품이므로 이를 강조하고, 더불어 건강에 좋은 음료라는 특징점을 강조할 필요가 있음

특히, 경쟁제품의 패키지는 특징점을 키워드나 마크로 눈에 띄게 배치하고 있음. 따라서 현지 소비자가 이해할 수 있도록 한글이 아닌 영어 단어로 키워드를 넣거나 이미지로 소비자들이 제품의 특징점을 한눈에 알아볼 수 있도록 패키징 디자인을 할 필요가 있음

마케팅

주요 유통채널인 오프라인 매장에서 팝업스토어나 시식 이벤트 등을 통해 현지 소비자의 이목을 끌 수 있는 홍보 방안을 마련할 필요가 있음. 또한, 이벤트나 제품 구매 후기, 인증 등 SNS를 활용한 온라인 마케팅을 동반하여 소비자에게 제품이 노출되는 빈도를 높일 필요가 있음

또한, 지원 기업 제품의 가격대가 현지 경쟁제품보다 높게 책정될 경우 이를 극복할 수 있도록 프리미엄 마케팅이 필요함

02 참고문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. HKTV Mall
3. APiTA Supermarket
4. Wellcome
5. YATA
6. 신세계마트
7. U Select mini
8. Ims Hollinger GmbH
9. Hung Fook Tong
10. NESTEA

□ 참고 자료

1. Euromonitor International, "100% Juice in Hong Kong, China", 2022.11

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.